

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangan era globalisasi pendidikan jarak jauh bukan lagi menjadi pendidikan alternatif bagi masyarakat Indonesia, tapi sudah menjadi kebutuhan dalam membangun jati diri bangsa.

Pendidikan jarak jauh sudah menjadi kebutuhan dalam membangun jati diri bangsa sebagai bangsa yang mandiri, berdisiplin, percaya diri dan selalu berusaha untuk bersaing dengan bangsa-bangsa lain.

Pendidikan jarak jauh berperan membantu bangsa Indonesia mengatasi krisis multidimensi saat ini dengan memberikan pelayanan pendidikan tinggi berkualitas dan mampu menjangkau mahasiswa di seluruh Indonesia. Melalui pendidikan jarak jauh, penyebaran ilmu dan pengetahuan serta teknologi tinggi dapat dengan mudah didiseminasikan kepada masyarakat luas.

UT memiliki dua kategori program pendidikan yakni program reguler dan program non reguler. Program reguler adalah program pendidikan yang dapat diikuti oleh masyarakat umum. Sedangkan program non reguler merupakan program Program Penyetaraan D2 Pendidikan Guru SD (PGSD) dan Program S1-PGSD. Sedangkan program studi lainnya termasuk dalam program reguler. Masa studi atau lama belajar di UT bergantung pada kemampuan belajar dan waktu belajar masing-masing mahasiswa. Sebagai contoh, untuk dapat menyelesaikan program S1 Administrasi Niaga mahasiswa harus menempuh sejumlah mata kuliah yang telah ditentukan dengan beban studi keseluruhan 144 sks. Bila setiap masa registrasi mahasiswa mampu menempuh 15 sks,

maka yang bersangkutan dapat menyelesaikan studinya dalam waktu 10 masa registrasi atau sekitar 5 tahun.

#### Jumlah Mahasiswa UT

Tahun	Total	2004				
Jenjang Pendidikan		S3	S2	S1	D3	D2
Jumlah Mahasiswa	264.375			94.722	4.480	165.173
Jumlah Lulusan	388.137					
Jumlah Dosen	770	30	181			

Sumber : Borang UT 2004

Universitas Terbuka sebagai institusi yang menerapkan Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) dapat berperan penting dalam mendukung tercapainya MDGs. Peran yang dapat diberikan oleh UT adalah memberikan kesempatan kepada guru untuk memperoleh pendidikan tinggi melalui program pendidikan guru setingkat S1 sehingga dapat meningkatkan profesionalitas mereka.

Pada saat ini terjadi peningkatan demand terhadap pendidikan tinggi di Indonesia yang dipicu antara lain oleh globalization dan velocity era telah mendorong munculnya penawaran-penawaran program pendidikan tinggi oleh berbagai institusi. Situasi ini menyebabkan tingginya tingkat persaingan antar berbagai institusi. Situasi ini menyebabkan tingginya tingkat persaingan antar institusi yang menuntut masing-

masing institusi untuk bersaing secara kompetitif (*competitive rivalry*). Tetapi tuntutan masyarakat terhadap kualitas pendidikan setingkat melebihi strata satu. Merespon tingginya tingkat permintaan tersebut, pada saat ini telah begitu banyak institusi yang menawarkan jasa pendidikan tinggi dari mulai program D1 sampai program lanjutan setara strata 2 dengan menawarkan berbagai keunggulan program untuk memenuhi target konsumen.

Berkembangnya institusi yang menawarkan jasa pendidikan tinggi merupakan respon terhadap tingginya permintaan terhadap jasa tersebut. Tingginya tingkat persaingan mendorong institusi pendidikan sebagai *service provider* untuk terus mengembangkan keunggulan kompetitif dengan menawarkan *value orientation* dan memberikan *standard tinggi* dari kualitas jasa. Hal ini dapat mempengaruhi *image* dan reputasi perguruan tinggi sehingga dapat memperkuat *positioning* institusi.

Kompetisi yang tinggi menimbulkan tantangan bagi UT untuk tetap survive. Permasalahan yang masih harus dihadapi oleh UT pada saat ini adalah bagaimana dapat membangun reputasi dan *image* di mata masyarakat. Yang menjadi tantangan UT ke depan adalah bagaimana meningkatkan popularitas UT dibanding institusi pendidikan tinggi lain, tantangan yang harus menjadi perhatian ke depan adalah bagaimana membangun *image positif* di mata masyarakat.

Untuk menguatkan *positioning* UT di benak *stake holder*, *strategic brand positioning* menjadi sesuatu yang penting bagi UT. Untuk itu perlu dikembangkan suatu strategi untuk memperkuat *positioning* UT di mata *stake holders* bahwa UT menawarkan *alternative pendidikan tinggi* berkualitas dan menawarkan keunggulan/keunikan dengan *system PJJ* yang menawarkan keunggulan terlaksananya proses belajar mandiri. Melalui strategi ini diharapkan UT dapat lebih mempertahankan keunggulan bersaing seperti yang dinyatakan Aaker. (1998). *To survive in the 21st*

*century firms must not only provide goods and services to the customer efficiently but should possess sustainable competitive advantage* .

UT didirikan dengan tujuan memberikan kesempatan yang luas bagi warga Negara Indonesia dan warga Negara asing, di manapun tempat tinggalnya untuk memperoleh pendidikan tinggi, memberikan layanan pendidikan tinggi bagi mereka, yang karena bekerja atau karena alasan lain, tidak dapat melanjutkan belajar di perguruan tinggi tatap muka, mengembangkan program pendidikan tinggi bagi mereka, yang karena bekerja atau karena alasan lain, tidak dapat melanjutkan belajar di perguruan tinggi tatap muka, mengembangkan program pendidikan akademik dan profesional yang disesuaikan dengan kebutuhan nyata pembangunan yang belum banyak dikembangkan oleh perguruan tinggi lain. Salah satu visi UT yaitu bertekad menjadi salah satu institusi PTJJ unggulan diantara institusi PTJJ di Asia 2010 dan di dunia 2020.

Menurut Banner (dalam Direktori Umum BAN PT Depdiknas, 1998:4) hakikat Perguruan Tinggi ada empat konsep atau pengertian, yaitu :

1. Perguruan Tinggi sebagai penghasil tenaga kerja yang bermutu tinggi merupakan suatu proses dan mahasiswa dianggap sebagai keluaran (output) yang mempunyai nilai atau harga (value) dalam Pasaran kerja, keberhasilan itu diukur dengan tingkat penyerapan tenaga kerja lulusan tersebut dalam masyarakat (employment rate) dan kadang-kadang diukur juga dengan tingkat penghasilan yang mereka peroleh dalam karirnya.
2. Perguruan tinggi sebagai lembaga pelatihan bagi karir peneliti. Mutu Perguruan Tinggi ditentukan oleh penampilan/ prestasi penelitian anggota staf. Ukuran masukan dan keluaran dihitung dengan jumlah staf yang mendapat hadiah/ penghargaan dari hasil penelitiannya (baik di tingkat nasional maupun

internasional, misalnya hadiah nobel), atau jumlah dana yang diterima baik oleh staf dan atau oleh lembaganya untuk kegiatan penelitian, ataupun jumlah publikasi ilmiah yang diterbitkan dalam majalah ilmiah yang diakui oleh pakar sejawat (peer group).

3. Perguruan Tinggi sebagai organisasi pengelola pendidikan yang efisien. Dalam pengertian ini Perguruan Tinggi dianggap baik bila dengan sumber daya dan dana yang tersedia, jumlah mahasiswa yang lewat proses pendidikannya (Throughout) semakin besar.

4. Perguruan Tinggi sebagai indikator sukses kelembagaannya terletak pada cepatnya upaya memperluas dan mempertinggi pengkayaan kehidupan pertumbuhan jumlah mahasiswa dan variasi jenis program yang ditawarkan. Rasio mahasiswa-dosen yang besar dan satuan biaya pendidikan setiap mahasiswa yang rendah juga dipandang sebagai ukuran keberhasilan Perguruan Tinggi.

5. Sepenuhnya menerapkan pendidikan jarak jauh (PJJ). Sejak diresinikan pada tahun 1984 UT tetap konsisten untuk menggarap jalur pendidikan jarak jauh. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, UT dapat memberikan pelayanan optimal kepada mahasiswa melalui UT on line. Pelayanan UT online bisa dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk registrasi online, konseling dan tutorial online, latihan mandiri online, pengecekan ujian online, jurnal online, dan ujian online.

Pelayanan ini ternyata mendapat respon yang baik dari mahasiswa terutama pada tutorial online yang diikuti 8000 mahasiswa sampai masa registrasi 2007. Pelayanan ini merupakan breakthrough untuk memecahkan kesulitan mahasiswa belajar mandiri. Keberhasilan UT dalam mengembangkan UT online mendapat apresiasi

tingkat nasional yaitu dengan terpilihnya UT online sebagai “The Best On Line LearningThe Best On Line Learning” pada tahun 2007, mengalahkan pesaing beratnya yaitu Fakultas Ilmu Komputer UI yang menduduki posisi kedua, dan FMIPA-UGM yang menduduki urutan ketiga (Swa, XXIII/8-21 November 2007).

Prestasi UT yang lain dicapai setelah hampir berkiprah di bidang PJJ selama hampir 24 tahun adalah mendapat akreditasi internasional dari Intemational Council of Open and Distance Education (ICDE) pada bulan September 2005. Akreditasi dari ICDE diharapkan akan dapat meningkat citra UT bahwa reputasi UT diakui secara internasional. Pengakuan tersebut bagi UT merupakan pencapaian tujuan strategis UT dalam rencana Strategis UT tahun 2005-2020 yang antara lain memfokuskan pada peningkatan daya jangkau layanan pendidikan, pengembangan citra positif UT sebagai korporasi di mata stake holders yaitu komunitas pendidikan maupun masyarakat.

Tuntutan masyarakat terhadap kualitas pendidikan juga telah direspon UT melalui pengembangan strategi peningkatan kualitas yaitu dengan pemberian seritifkat ISO. Pada saat ini di UT Pusat Unit Puslaba dan Bahan Ajar/ Bahan Ujian sudah mendapat ISO di bidang lingkungan dan kerjasama. Di tingkat UPBJJ sudah 11 yang mendapat sertifikat ISO yaitu : Bogor, Jakarta, Purwokerto, Jogjakarta, Pontianak, Palembang, Bandung, Malang, Semarang, Surabaya dan Padang. Pada tahun 2008 ditargetkan akan ada 14 UPBJJ yang mendapat sertifikat ISO dan secara keseluruhan UPBJJ akan mendapat sertifikat ini pada tahun 2009. Adapun institusi yang meberikan sertifikat adalah institusi yang intemationally recognizable yaitu SGS dan SAI.

Berbagai prestasi yang dicapai UT diharapkan akan dapat mendukung terwujudnya inisi UT yaitu menjadi institusi PJJ unggulan diantara institusi PJJ di Asia 2010 dan di dunia tahun 2020. Selain aspek intangible, maka UT juga telah melakukan berbagai strategi pengembangan pada aspek tangible melalui pembangunan sarana fisik

baik di kantor pusat maupun di UPBJJ. Pada intinya berbagai upaya yang telah dikembangkan oleh UT dalam memperkuat brand positioningnya sudah pada tahun 2007, meon the right track yaitu untuk meningkatkan persepsi kualitas perceive quality sehingga posisi UT dapat meningkat dan sejajar dengan PTN/PTS lain yang berada pada posisi yaitu untuk meningfirst layer seperti UI, UGM,IPB,ITB dan UNAIR. UT kedepan diharapkan bisa menjadi leading university dengan keunggulan bersaingnya dibidang PJJ.

Berbagai usaha yang dilakukan untuk memperkuat positioning UT melalui pengembangan citra positif dimata masyarakat cukup memberikan hasil yang positif yaitu adanya peningkatan participation rate. Data dari unit BAPM-UT menunjukkan bahwa dan 2005.2 sampai 2007.2 jumlah mahasiswa mengalami kenaikan yang cukup baik yaitu dan 60.160 orang (2005.2) menjadi 103.898 orang (2007.2).

Dapat dikatakan bahwa keberhasilan UT dalam menguatkan posisinya mulai menunjukkan hasil yang positif, namun memang perlu diakui bahwa masih ada pelayanan UT kepada mahasiswa yang belum optimal seperti keterlambatan penyampaian informasi, kesiapan penyediaan bahan ajar dan bahan ujian. Situasi ini mempengaruhi persepsi image tentang UT dan dapat melemahkan positioning UT dimata stakeholdersnya. UT belum secara optimal menciptakan strong image dalam menarik mahasiswa, hal ini dapat mengurangi kredibilitas atau popularitas UT.

Survival UT sangat ditentukan oleh pengembangan strategi yang jitu yaitu antara lain merubah berbagai permasalahan dan ancaman menjadi peluang. Kedepan UT perlu mengembangkan strategic brand positioning dalam mendukung MDGs yaitu pemberian akses pendidikan yang luas kepada masyarakat untuk memperoleh pendidikan berkualitas melalui peningkatan kompetensi mengajar para guru dan pemberian kesempatan yang lebih luas kepada perempuan untuk memperoleh

pendidikan tinggi. Berikut diusulkan A Road Map of strengthening UT seperti UI, UGM,IPBs brand positioning.A road map ini menunjukkan posisi UT pada saat ini dan posisi pada masa yang akan datang. Perjalanan yang ditempuh UT untuk membangun brand UT yang kuat perlu melalui beberapa milestone-milestone. Hal penting yang harus diperhatikan adalah mengenali siapa yang menjadi konsumennya baik external customer (mahasiswa, pesaing, masyarakat umum) maupun internal customer (karyawan). Untuk itu UT perlu secara detail mengembangkan dua hal penting yaitu mengembangkan strategic positioning dan menciptakan corporate philosophy.

Mahasiswa UT diharapkan dapat belajar secara mandiri. Cara belajar mandiri menghendaki mahasiswa untuk belajar atas prakarsa atau inisiatif sendiri. Belajar mandiri dapat dilakukan secara sendiri ataupun berkelompok, baik dalam kelompok belajar maupun dalam kelompok tutorial. UT menyediakan bahan ajar yang dibuat khusus untuk dapat di pelajari secara mandiri. Selain menggunakan bahan ajar yang disediakan oleh UT, mahasiswa juga dapat mengambil inisiatif untuk memanfaatkan perpustakaan, mengikuti tutorial baik secara tatap muka maupun melalui internet, radio, dan televisi, serta menggunakan sumber belajar lain seperti bahan belajar berbantuan komputer dan program audio video. Apabila mengalami kesulitan belajar, mahasiswa dapat meminta informasi atau bantuan tutorial kepada Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka (UPBJJ-UT) setempat.

Belajar mandiri dalam banyak hal ditentukan oleh kemampuan belajar secara efisien. Kemampuan belajar tergantung pada kecepatan membaca dan kemampuan memahami isi bacaan. Untuk dapat belajar mandiri secara efisien, mahasiswa UT dituntut memiliki disiplin diri, inisiatif, dan motivasi belajar yang kuat. Mahasiswa juga dituntut untuk dapat mengatur waktunya dengan efisien, sehingga dapat belajar secara



teratur berdasarkan jadwal belajar yang ditentukan sendiri. Oleh karena itu agar dapat berhasil belajar di UT, calon mahasiswa harus siap untuk belajar secara mandiri.

Dalam berbagai lembaga persekolahan, dan SD sampai dengan perguruan tinggi, proses pembelajaran atau pengajaran merupakan kegiatan terpenting dan fokus dan berbagai kegiatan sekolah. Sekolah yang ingin maju harus memajukan proses pembelajaran itu, sementara kegiatan-kegiatan lainnya sebagai pendukung. Seluruh komponen yang mencakup personil (guru dan siswa), materi pelajaran, serta sarana dan prasarana secara terpadu diabdikan untuk mewujudkan proses pembelajaran yang efektif.

### **1.1.1 Konsep kualitas**

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda, dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategik. Definisi konvensional dan kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dan suatu produk seperti performansi (performance), keandalan (reability), mudah dalam penggunaan, estetika (esthetics), dan sebagainya.

Bagaimanapun para manajer dan perusahaan yang sedang berkompetisi dalam Pasar global harus memberikan perhatian serius pada definisi strategik, yang menyatakan bahwa; kualitas adalah segala sesuatu yang mampu atau dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (meeting the needs of Customers).

Keistimewaan atau keunggulan produk dapat diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan. Keistimewaan ini tidak hanya terdiri dan karakteristik produk yang ditawarkan, tetapi juga pelayanan yang menyertai produk itu, seperti cara pembayaran, ketetapan penyerahan, dan lain-lain. Keistimewaan suatu produk dapat dibagi kedalam dua bagian yaitu keistimewaan langsung dan keistimewaan atraktif. Keistimewaan

langsung berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang diperoleh secara langsung dengan mengkonsumsi produk yang memiliki karakteristik unggul seperti produk tanpa cacat, keterandalan (reliability), dan lain-lain, sedangkan keistimewaan atraktif berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang diperoleh secara tidak langsung dengan mengkonsumsi produk itu. Keistimewaan atraktif sering memberikan kepuasan yang lebih besar pada pelanggan dibanding keistimewaan langsung.

Proses pembelajaran, yaitu serangkaian aktivitas yang membuat siswa belajar mempunyai tiga tahap yang berurutan serta saling terkait dan ketergantungan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian (Eggen & Kauchak, 1988). Dalam perencanaan, dengan seksama guru mempertimbangkan apa yang dipelajari siswa dan cara (means) mencapainya. Setelah menentukan tujuan dan cara mencapainya, guru mempersiapkan dulu dan pergi ke kelas dan secara nyata memberikan pelajaran. Inilah yang dimaksud dengan tahap pelaksanaan. Pada tahap ini, dengan bantuan guru dan dengan pendayagunaan berbagai alat penunjang, siswa belajar. Pada tahap penilaian, dengan berbagai instrumen guru berusaha menentukan apakah belajarnya siswa tadi telah mencapai tujuan yang ditentukan dalam perencanaan dan menentukan sejauh mana pembelajaran telah berhasil.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan penerimaan mahasiswa prog.studi Adinistrasi Niaga?
2. Strategi pemasaran apa yang dapat digunakan untuk memperkecil kesenyangan

(gap) antara kualitas pelayanan yang diharapkan dan kualitas pelayanan yang dialami.?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mahasiswa dalam rangka kerangka kualitas dirasakan (total perceived quality) pada program studi Niaga di UT.
2. Untuk merumuskan strategi pemasaran yang berorientasi kepada kualitas layanan jasa yang dirasakan (perceived service quality).

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

Secara akademis, penelitian ini tidak hanya merupakan media yang tepat bagi penulis untuk terus mengasah kemampuan dalam melakukan kegiatan penelitian, tetapi hasilnya juga diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengayaan khasanah ilmu pengetahuan terutama dalam bidang Program Studi Adinistrasi Niaga.

Secara praktis, peneliti ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi Universitas Terbuka dan khususnya program studi Adinistrasi Niaga mengenai strategi untuk merespon perubahan lingkungan stratejik yang ada, serta merangsang adanya penelitian lainnya untuk memberikan kontribusinya pada rencana strategi Universitas Terbuka.

## BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang masalah, pokok masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan tesis.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan kajian teori-teori yang melandasi dan mendukung penelitian, meliputi konsepsi manajemen perubahan, kosepsi strategi, keunggulan komparatif, tipe-tipe strategi kompetitif, dan analisis struktur industri, untuk menentukan strategi Program Studi Adinistrasi niaga UT.

## BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data yang meliputi wawancara dan instrumen, teknik analisis data yang meliputi konsepsi SWOT (Strengths, Weaknessess, Opportunities, and Threats).

## BAB IV GAMBARAN UNIVERSITAS TERBUKA

Menguraikan sejarah singkat Universitas Terbuka, Organisasi Universitas Terbuka, sejarah dan gambaran tentang Universitas Terbuka, visi, inisi dan tujuan organisasi, Strategi, Organisasi, keunggulan, Produk yang meliputi program dan kerjasama, jumlah mahasiswa, aktivitas mahasiswa, proses belajar mengajar, Sumber Daya Manusia, teknologi, sarana dan prasarana, kebijakan keuangan, dan pengembangan civitas akademika.

## BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Berisi uraian hasil penelitian dan analisis yang meliputi antara lain identifikasi faktor-faktor pendorong perubahan (Change triggers) lingkungan stratejik, analisis swot yang meliputi lingkungan eksternal dan lingkungan internal, analisis hasil penelitian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, untuk menentukan posisi dan strategi pengembangan Universitas Terbuka.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan mengambil kesimpulan yang didapat dan uraikan pada babs brand positioning.bab sebelumnya serta mengajukan beberapa saran perbaikan yang dianggap perlu dalam strategi pengembangan Universitas Terbuka

